

بسم الله الرحمن الرحيم

رهبری معنوی-رهبری اخلاقی

خبیری-تاتلاری

پاییز ۹۴

مقدمه

- شاید ظهور سازمانها به نخستین دوران حضور انسان بر روی زمین با هدف شکار دسته جمعی و مهاجرت قبایل، شکل گرفته باشند. تصور می شود بحث رهبری و ارتباطات بین اعضای گروه نیز از همان زمان وجود داشته است.
- در فرایند یکصد ساله نظریه های سازمانی، سازمان ها از تئوری کلاسیک به تئوری نوکلاسیک، مکتب روابط انسانی، نظریه سیستمی و اقتضایی آغاز کردند تا جایی که دانشگر در مقابل کارگر، رهبر دو مقابل معبر، پیروان در مقابل زبردستان، منابع اطلاعاتی در مقابل منابع فیزیکی، علاقه داران در مقابل سهام داران، مدیریت فرامشی در مقابل مدیریت سازمانی مطرح گردید.
- سازمانهای فرامدرن متفاوت با سازمان های مدرن به ویژه در مباحث رهبری شکل می گیرند و ضرورت اتخاذ شیوه های سازگار فرامفلاسی و یکارگری الگوهای انسان محور در رهبری ایجاد میشود. رهبری چنین سازمانهایی با آنچه که در ادبیات بسیار وسیع و قدیمی رهبری آمده، متفاوت خواهد بود.

تعاریف رهبری

- رهبری دید کلی مدیریت در انجام وظایف، کار کردهای تصمیم گیری، روش های ایجاد انگیزش و الگو های ارتباطی می باشد. پس از جنگ جهانی دوم، تحقیقات متعددی به منظور تعیین الگوها یا شیوه های موثر و مطلوب رهبری به عمل آمد (انتشاری، علی محمد، ۱۳۹۲).
- رهبری عبارت است از فرایندی موثر که کمک می کند گروه ها و افراد به سمت هدف های تعیین شده تمایل یابند به خصوص آن که این هدف یک هدف مشترک عمومی هم باشد (کوئتر، ۱۳۸۶).
- «رهبری فرایندی است که می تواند توسط همه آموخته شود و برای همه قابل دسترسی است» (جاگر، ۱۳۸۲).

رهبری معنوی

- وجود مفاهیمی همچون اخلاق، حقیقت، بار، به خدا یا نیرویی برتر، معنا جویی در کار، نوع دوستی، و ... به پژوهش ها و قناعات مدیریتی و کسب و کار همه حکایت از ظهور پارادایم جدیدی دارند.
- پارادایم جدید محیط کار، که برگرفته از فرینک کانن، علوم سایبرنتیک، نظریه آشوب، علوم شناختی، مذاهب و آیین های شرقی و غربی می باشد، در واقع عکس العملی به پارادایم شک و شکایتی مدرن است. پارادایم معنویت می باشد.
- تعهد رهبری معنوی، شامل انگیزهای خدمتگزار، رهبری، مشارکت دادن کارکنان و توانمندسازی آنان است و بر اساس فلسفه رهبری خدمتگزار بنا نهاده شده است.
- تا کنون تحقیقات مختلفی در مورد ویژگیهای لبریکی، اخلاقی و عاطفی رهبران صورت گرفته، ولی موضوعی که در سالیهای اخیر توجهات زیادی را به سوی خود جلب کرده است، ویژگی رهبران معنوی است و اینکه چگونه می توان با توسل جستن به معنویت، سلامت فردی و سازمانی را به ارمغان آورد.

سیکهای رهبری

- رهبری تراکتی
- رهبری استبدادی
- رهبری بوروکراتیک
- رهبری فرهمنده
- رهبری دموکراتیک
- رهبری عدم مداخله
- رهبری وفادارگرا
- رهبری مردمگرا - روابط گرا
- رهبری خادم (خدمتگزار)
- رهبری تحول گرا
- رهبری معنوی
- رهبری نسبی

تعریف رهبری معنوی

- نوعی رهبری که بر ارائه خدمت به دیگران، دیدگاه کلی نسبت به کار، توسعه فردی و تصمیم گیری مشترک تأکید دارد (کاکائلس و کوزمین، ۲۰۰۴).
- رهبر معنوی کسی است که با استفاده از ارزش ها، طرز تفکری ها و رفتارهایی که لازمه انگیزش درونی خود و دیگران است، برای معنوی اعضای سازمان را فراهم میکند. هر یک از رهبران و پیروان سازمان از طریق دیگر همکاران احساس می کنند که دارای شغل با اهمیت و معناداری باشند. رهبر معنوی، اقدام به ایجاد چشم اندازی مشترکی می کند (فرای و وینوسی، سدیلو، ۲۰۰۵).
- رهبران معنوی ایمان، اشتیاق و نتایج کار خودشان را بروز می دهند که جان و سلی از این سه چیز به عنوان ویژگی عمده و نماد رهبری معنوی بازمی کند (بایشوپ و اسکول، ۲۰۰۶).

.....

- نوعی رهبری که بر خدمت به دیگران، دیدگاه کل مگر نسبت به کار، توسعه فردی و تصمیم گیری مشترک تأکید دارد در واقع رهبران معنوی ایمان، اشتیاق و نتایج کار خودشان را بروز میدهند.
- اولین مسئولیت رهبر، توصیف و تبیین واقعیت است و آخرین آن سپاس از پیروان است که در میان این دو رهبر باید یک خدمتگزار و وفادار باشد که ماکس دی پری این را تحت عنوان رهبری معنوی بیان می کند (دی شاپنفل، اسکول، ۲۰۰۱).
- رهبر معنوی کسی است که با استفاده از ارزش ها، طرز تفکری ها و رفتارهایی که لازمه انگیزش درونی خود و دیگران است، برای معنوی اعضای سازمان را فراهم کند.

عناصر تشکیل دهنده رهبری معنوی

- رهبر معنوی، در واقع، باید حائز توانایی های زیر باشد و برای عملیاتی کردن آن تلاش کند:
- ایجاد ارزش های مشترک، ایجاد چشم اندازی از آینده، ایجاد مقصد مشترک، توانمند کردن سایرین، نفوذ و تأثیر در دیگران، بصیرت و پیشش، خدمتگزار، تحول در خود، سازمان و دیگران. (عابدی جعفری و مرادی، ۱۳۸۵)
- ویژگی های رهبر معنوی**
- برای رهبران معنوی، این ویژگی ها را می توان نام برد: تعریف اهداف الهی برای پیروان، توسل به خداوند، کار بر اساس فرائض الهی. (عابدی جعفری و مرادی، ۱۳۸۵)

بقای معنوی سازمان

- رهبر معنوی بقای معنوی اعضای سازمان را در ۳ مرحله زیر انجام می دهد:
- ۱. در حالی که هر یک از رهبران و پیروان سازمان از طریق دیگر همکاران احساس می کنند که دارای شغل با اهمیت و معناداری باشند، رهبر معنوی اقدام به ایجاد چشم اندازی مشترک می کند.
- ۲. بااستقرار فرهنگ سازمانی / اجتماعی بر اساس ارزشهای انسانی موجب می گردد که کارکنان علاقه خاصی به خود و دیگران نشان دهد و از یکدیگر به خاطر شغلشان قدرانی به عمل آید.
- ۳. از طریق ایجاد حساسیت نسبت به خود و دیگران و ملواری و طبیعت در افراد سازمان، آنها را نسبت به شغل و کار خود علاقه مند می کند و سپس باعث برانگیختن آنان نسبت به وظایف کاری خود می شود و در نتیجه موجهات بقای معنوی آنان را فراهم می آورد.

الگوی علمی رهبری معنوی:

- نظریه رهبری معنوی، نظریه ای علمی برای تحول سازمانی و ایجاد سازمانی یادگیرنده و دارای محرک درونی است.
- نظریه رهبری معنوی بر اساس الگوی انگیزش درونی توسعه یافته است که ترکیبی از چشم انداز ایمان به تحقق هدف، نوع دوستی و بقای معنوی است.
- هدف رهبر معنوی، توجه به نیازهای انسانی پیروان است تا موجهات بقای معنوی آنان را فراهم آورد. او موجب می شود که کارکنان معنای واقعی شغل خود را برگ کنند و به شغلی که دارند، اهمیت بدهند. همچنین، به آنها این احساس دست می دهد که شغلشان از نظر سازمان و سایر همکاران نیز اهمیت دارد.
- رهبر معنوی با ویژگی های منحصر به فرد خود، چشم اندازی از آینده سازمان ایجاد و به گونه ای در کارکنان نفوذ می کند که آنان به تحقق چشم انداز سازمان ایمان آورنده به این ترتیب، انگیزه درونی کارکنان را برای تلاش بیشتر افزایش می دهد. او با رواج فرهنگ، نوع دوستی، موجب می شود افراد، توجه معنایی به خود و زندگی گذشته خود کنند و روابط خوبی با دیگران برقرار نمایند.

ابعاد رهبری معنوی

- نظریه رهبری معنوی بر اساس مدل انگیزش درونی توسعه یافته است که ترکیبی از چشم انداز، ایمان به تحقق هدف، عشق به نوع دوستی، معناداری در کار، عضویت، تعهد سازمانی و بازخورد عملکرد رهبر می باشد (فرای، ۲۰۰۳).
- هدف رهبر معنوی توجه به نیازهای انسانی پیروان می باشد تا موجهات بقای معنوی و توانمندسازی آنان را فراهم آورد بدین ترتیب ابعاد رهبری معنوی عبارتند از:
- ✓ چشم انداز
- ✓ تعهد سازمانی
- ✓ عضویت
- ✓ عشق به نوع دوستی
- ✓ ایمان
- ✓ معناداری
- ✓ بازخورد عملکرد

تعریف معنویت

- از آن جایی که واژه معنویت در زمینه های گوناگونی به کار می رود، تعریف آن مشکل است. موضوع معنویت، دلمشغولی دیرپای بشر است، اما بررسی نقدانه و تطبیقی معنویت در زمینه های جهانی، پدیده نوظهوری است. بسیاری از ادیان، واژه دلفی برای رساندن مفهوم معنویت ندارند. با وجود این، امروزه مفهوم معنویت عمومیت یافته است، در اینجا به برخی از تعریف های معنویت اشاره می شود

- در تعریفی دیگر: «معنویت به عنوان انرژی، معنا، هدف و آگاهی در زندگی است.

«معنویت، جستجوی مداوم برای یافتن معنا و هدف زندگی است، درک عمیق و ژرف ارزش زندگی، وسعت عالم، نیروهای طبیعی موجود، و نظام باورهای شخصی.

اما در یک تعریف به نسبت جامع تر و دقیق تر، معنویت را به عنوان: «و تلاشی در جهت پرورش حساسیت نسبت به خوشتن، دیگران، موجودات غیر انسانی و (نیروی بزرگ) خدا، با نگرش و نگرانی در جهت آن چه برای انسان شدن موندنی است، و جست و جویی برای رسیدن به انسانیت کامل دانسته اند.

- در پژوهشهایی که می تروف و ننتون انجام داده اند، در تعریف های مختلف معنویت، نکته های کلیدی این گونه آمده است:

رسمی، منسجم و سازمان یافته نیست؛ کاملاً جامع و فراگیر و پایداری هر کسی؛ منبع نهایی معنا و هدف در زندگی؛ تقدس هر چیزی؛ مبنی لااقل از ایمان و نیروی اراده؛ هدف نهایی؛ غررقه ای، فراتر از فرقه ها، جهانی و بدون بُعد زمانی؛ ابهت در حضور وجودی متعالی؛ احساس صمیم ارتباط متقابل با هر چیزی؛ آسایش و آرامش درونی .

معنویت در کار

- معنویت در کار، یک تجربه از ارتباط و اعتماد متقابل در میان افرادی است که در یک فرایند کاری مشارکت می کنند که به وسیله خوش بینی و حسن نیت فردی ایجاد می شود و منجر به ایجاد یک فرهنگ سازمانی انگیزشی و افزایش عملکرد کلی می شود که در نهایت تعالی سازمانی پایدار را به همراه دارد(۲۰۰۶، Marques). «مقاهیم زیر از معنویت در کار، برداشت می شود:

رشد و پیشرفت معنوی تجربه انسان، شامل: رشد ذهنی، حل مسئله و یادگیری شخصی، اغلب ابزارهای اصلی یادگیری فردی خواهد بود

- رشد معنوی ، ارزشی نیازهای فردی، به ویژه خلق و نیازهای سطح بالاتر، مانند احساس موفقیت را منعکس می کند. «معنویت در محل کار از سوی رهبران سازمان، فرهنگ سازمانی، خط مشی ها و طرح کار ایجاد و تقویت می شود. حساسیت و علاقه به کارمند باید در همه رویکردها وجود داشته باشد.

علاوه رو به رشد و دوام و ماندگاری معنویت در محیط کار، ناشی از دو جریان توسعه تجاری است. یک جریان از نیاز اقتصادی- تکنولوژیکی ناشت گرفته و دیگری به عنوان مدیریت مبتنی بر افراد توصیف می شود. در حال حاضر، این افراد هستند که تفاوت ایجاد می کنند.

معنویت در محل کار، آگاهی از این حقیقت است که ارتباطات متقابل، احترام و شناسایی محدود به خودمان و محیط خصوصی مان نمی شوند، بلکه همچنین برای همه کسانی که ما با آنها در یک مبنای منظم با تصادفی کار می کنیم ، کاربرد دارند، که نه تنها منجر به شرایط کاری مطلوب تر می شوند، بلکه همچنین منجر به افزایش برگشت سرمایه نیز خواهد شد. در بیشترین بخش ادبیات، معنویت در کار، تمایلی است که در صورتی که توسط رهبران سازمان شروع شود، به گونه موفقیت آمیزی اجرا می شود. اصطلاحاتی، مانند: رهبری معنوی، رهبری اخلاقی، رهبری قابل اعتماد، همگی نشانگر روشهایی هستند که برای ایجاد یک فضای فکری و معنوی در محیط کار، به عنوان مسئولیت رهبر، نشان داده می شوند

جنبه های معنویت

- سه رکن اصلی برای محیط کار معنوی، شامل: درونی، بیرونی و تلقیفی مشخص می‌سازد که آنها را به چهار نتیجه متفاوت، اما بسیار مرتبط، تقسیم می‌کند.

- ۱- رهبری و سازمان : علاقه به کارکنان، احترام به دیگران، سازگاری اصول و هشیاری آشکار؛
- ۲- کارکنان : مهارت استاندارد و پیشرفت دانش، تطبیق پذیری و عملکردهای مستمر؛
- ۳- کیفیت بیرونی : سازگاری، آگاهی محیطی واحساس مسئولیت نسبت به جامعه؛
- ۴- اعتماد متقابل و مسئولیتهای مشترک برای منافع مشترک.

موارد ۱ و ۳ نشانه های بیرونی یک محیط کار معنوی از دیدگاه یک کارمند هستند. گزینه دو، بعضی از محرکهای درونی را برای یک کارمند معنوی تبیین می کند وگزینه چهار به عامل تلقیفی یعنی روابط متقابل بین همه گروههای درگیر در کار، اشاره دارد.

تک و میلی مام(۱۹۹۶) به ارتباطات بین جنبه های درونی و بیرونی در محیط، با بیان اینکه الگوهای تفکر سازنده منجر به افزایش ادراک و معنویت بیشتر در کار می شوند، اشاره می کنند. آنها تاکید دارند: کارکنانی که تلاش می کنند تا مسکونیت درونی خود را به سطح بالاتری از آگاهی ارتقاء داده و فضای فکری خود را از منفی به مثبت تغییر می دهند، قادر خواهند بود که معنویت را در کارشان افزایش دهند.با معرفی اصطلاح خود رهبری تفکر (Leadership Thought Self =TSL) تک و میلی مام بیان می کنند که با کاربرد مثبت TSL خود رهبری تفکر کارکنان خواهد آموخت که درک بهتری از واقعیت بیرونی‌شان در محل کار داشته باشند

جنبه های تلقیفی

- در جنبه تلقیفی معنویت کاری معنور دو ویژگی وجود دارد:

۱ -آگاهی افراد را از وجود معنویت در کار خود، افزایش می دهد.

۲ -این آگاهی افزایش یافته، روشی را که معتقدان به این معنویت کار کرده، با دیگران در محیط کارارتباطه بر قرار می کنند، تغییر می دهد. بعضی از این پدیده‌ها در ادبیات تخصصی، که اهمیت رویکرد تلقیفی در یک محیط کار معنوی را نشان می دهند، شامل: ادراک، صداقت، جهت گیری تیمی و پائرش هستند

جنبه های درونی

- می توان از نقل قول‌های زیر به اهمیت جنبه درونی پی برد: کش و همکاران(۲۰۰۰): (معنویت برای اینکه از ارزشهای کلی آگاهی یابد، به درون نگاه می‌کند براینتر(۱۹۹۸). عملکرد یک فرد، یک کارکرد از توانایی او برای انجام دادن شغلتش و تمایل او برای انجام آن است. گلفورت(۲۰۰۱): هر شخص، نیاز به چیزی بزرگتر از زندگی دارد که فراتر از کسب پول و کارکردن است. برات(۱۹۹۹): (شگفتی که کار ما با اشتیاق ما همخوانی دارد و برای ما مخداتر است یا ما احساس می کنیم از راه ایده هلیمان با آن راز خدمت کردن به دیگران، قادر هستیم تفاوت ایجاد کنیم، نیازهای معنوی برآورده می شوند. کووی(۱۹۸۹): به معنوی جوهره شما و تعهد شما به سیستم ارزشی تان است. ترز(۱۹۹۹): به گونه مجازی همه مردم یک میل هدایت کننده به ایجاد یک تفاوت دارند . بر اساس این اظهارات و نقل قولهای دیگر در ادبیات موجود، تنوع وسیعی از کیفیت‌های درونی، که فضای معنوی را در محیط کار پرورش می دهند، شناسایی می شوند. برخی از این کیفیت‌ها، شامل: اخلاق، صداقت، ایمان، احترام و اعتماد هستند

تبدیل محیط کار به یک محیط کار معنوی

- براساس مطلب گفته شده، ممکن است نتیجه گیری شود که گام نخست برای ایجاد یک تغییر مثبت در محیط کار، باید در سطح درونی اتفاق بیفتد. چنین تغییرات درونی و افزایش آگاهی معنوی هنگامی برای کل سازمان مؤثرتر و مفیدتر خواهد بود که در درون افرادی که در موقعیت های عالی تر سلسله مراتب سازمانی اند، ایجاد شوند. با این وجود چنین تغییراتی ممکن است در کارکنان در سطوح پایین تر پدیدآید که سطوح عالی موقعیت را تحویل می کنند و بستگی به تقاضا شخصی افراد با همکارانشان دارد.

جنبه های بیرونی

- دوکن و آلتمناس (۲۰۰۰) بیان می کنند سازمانهایی که برای مدتی طولانی سیستم های عقلایی بوده اند، در حال ایجاد فضایی برای بعد معنوی هستند؛ بعدی که با قوانین و نظم و ترتیب کمتر سرو کار دارد و بیشتر با معنا، هدف و حس تعلق ارتباط می یابد. براد (۱۹۹۹) به مدیریت مبتنی بر افراد اشاره می کند که شامل پدیدههایی، مانند: شناختن ارزش افراد، تبدیل به ایجاد جو کاری بسیار شادمانه و ایجاد مبتنی از اعتماد، عدالت، احترام، عشق و اعتقاد می شود. جنبه بیرونی بیشتر به وسیله جماعتی، مانند: اینکه کار، یک سفر معنوی برای بسیاری از ما است، اگرچه ما در مورد آن به روشهای مختلف سخن می گوئیم، تأکید می شود. هر سازمانی یک معنویت دارد، اعم از اینکه آن را درک کند، یا درک نکند. بعضی از ویژگیهای ذکر شده در مورد معنویت در ادبیات مربوط به محیط کار است که بر اثرات بیرونی در یک محیط معنوی تأکید می کنند، شامل: خلاقیت، تنوع، احساس ارزش و هماهنگی هستند.

دلایل شخصی که بر تغییر محیط کار به یک محیط معنوی اثر می گذارند، عبارتند از:

- ۱- دلایل درونی، که اساساً نتیجه ای از یک تغییر شخصی است. بعضی از دلایل درونی برای تغییر چنین کارمندی شامل موارد زیر است:
افزایش سطح هشدار، رویارویی با یک مسئله در حال تغییر در زندگی، تغییر عادات، تغییر سبک زندگی، تمایل کلی برای آرامش درونی و رضایت از خود، افزایش تنفر از یک محیط رقابتی، تنفر از یک ساختار سلسله مراتبی که به سختی اداره می شود، تمایل به داشتن احساس بهتری درباره خود، کار، همکاران و جامعه.

دلایل احتمال تغییر محیط کار غیر معنوی، به محیط کار معنوی:

- تجربه سازمانی: هنگامی اتفاق می افتد که تحولات سازمانی نامطلوب (از دست دادن روحیه، بهره وری، کارایی) توجه مجده به قواعد موجود سازمانی را می طلبد.
۲- تجربه رهبری: تغییر شامل می تواند توسعه یک تغییر در دیدگاههای رهبری، یک جانشین رهبری پیش بینی نشده در مورد رهبر، یا تمایل رهبر به جلب کردن افراد خوب (کارکنان و مشتریان) برای تجارت و در نتیجه افزایش کیفیت زندگی در محیط کاری، شروع شود.

مدیریت همراه با معنویت

- عصری را که در آن زندگی می کنیم، عصر پیچیدگی و تغییرناپذیر است. سازمانها در چنین عصری همواره در دو لبه نظم و بی نظمی قرار دارند و دائم بین دو حالت تناقض نما، در رفت و آمدند. صاحبانظران و تئوری پردازان علم مدیریت، برای رویارویی با چنین وضعیت و شرایطی تئوری های مختلفی، مانند: سازمانهای یادگیرنده، سازمانهای هولوگرافیک، سازمانهای کارآفرین و تئوری آشوب ارائه داده اند. معنویت در سازمان، پدیده نوظهوری است که بسیاری از صاحبانظران مدیریت و سازمان و نیز مدیران را، در سطوح مختلف به خود جلب کرده است

- دلائل بیرونی، که نتیجه ای از یک تغییر در فرهنگ شرکت است، بعضی از روشهایی که این حالت می تواند در آنها اتفاق بیفتد، شامل موارد زیر است:

تأثیر پذیری مثبت از همکاران ، تمایل به مشارکت در یک سازمان موفق و پذیرش ایده های جدید.

اگر چه ایجاد تغییر معنوی در سطوح بالاتر محیط کار آسان تر است، اما چنین تحولی برای کارکنان در سطوح مختلف سازمان امکان پذیر است. این کار به زمان بیشتر و پشتکار بیشتری نیاز دارد . اما هر کارمندی می تواند به تدریج با نیت درست، محیط کار خود را به سمت افزایش عملکرد معنوی برود. فردی که از کارش راضی است، به طور کلی استرس کمتری در خارج از محیط کار دارد و احساس سعادتمندی بیشتری خواهد داشت و تمایل زیادی به سهم کردن دیگران در خوشحالی و رضایت خود دارد. (Marques,2006)

- بر این اساس، بسیاری از آنان معنویت را به عنوان منبعی پدیدار برای سازمانها دانسته اند که می تواند به آنها در زمان های پر تلاطم و آشوب زده، پاری رسد و تناقض تمامی نظم و بی نظمی در سازمان را حل و فصل کند و بدون طرح هر یک، آنان را به صورت مقتضی به کار ببندد، چرا که سازمانها برای فعالیت مستمر در عرصه های مختلف، نیازمند رفت و آمد همیشگی بین دو حالت تغییر و ثبات هستند.

قلمرو مدیریت و سازمان، چه به لحاظ نظری و چه به لحاظ عملی، به تنگنای زیر تأثیر نیرویی قدرتمند قرار گرفته که اگر به درستی اداره و هدایت شود، به نظر می رسد ظرفیت لازم را برای متحرک شدن به ژرفترین تشریک مساعی، نه تنها در زمینه های حرفه ای، بلکه برای بروز اسمیت تمام عیار، دارا باشد

در آمریکا، مدیران علاقه فزاینده ای به تلفیق معنویت و مدیریت دارند. این تلفیق، صیقل ترین ارزشهایی را که بر کارشان تأثیر گذار است، به همراه دارد، و نیز به همان میزان، نوبدهنده موافقت بیشتر آنها خواهد بود. مدیران به خاطر برخی علاقه های مشترک، خود را به معنویت ملزم کرده اند.



نتیجه گیری

هیچ تردیدی وجود ندارد که تغییرات بنیادی در حال شکل گیری در محیط کار است و معنویت یکی از موضوعات اساسی خواهد بود. دلایل سوندته بسیاری برای بررسی رابطه معنویت و مدیریت وجود دارند. یکی از آنها تأثیری است که معنویت بر رفتار مدیریتی دارد و دیگری دورنمای کار توام با معنا است. ایجاد معنویت در کار، دارای مزایای بسیاری برای مدیریت کارکنان و سازمان است. معنویت، ماهیت کار را تغییر می دهد. افراد در جستجوی معنا در کارشان هستند. آنها به دنبال راهی هستند که زندگی کارشان را با زندگی معنویشان پیوند بزنند و با بصورت و هفتی هماهنگ شوند که فراتر از به دست آوردن پول است. معنویت افراد را در کارشان نیرومند می سازد و به آنها اجازه می دهد که با خلاقیت متعال در همه جوانب زندگی، مرتبط شوند. همان گونه که ماهیت کار تغییر کرده است ارتباط بین مدیران و کارکنان نیز دگرگون شده است. در یک دوره، مدیران دستور دهنده ای بودند که هیچ نقشی در بلندی شخصی کارکنان نداشتند. امروزه مدیران راهنماهایی هستند که به خلق معنا و هدف برای همکارانشان کمک می کنند. با برخورداری از معنویت، مدیران خواهند توانست که تنها بهره وری را در محیط کار با سازمان خود بهبود بخشند، بلکه از آن مهمتر می توانند به آرامش خاطر و رضایت بطن با یک شادی طولانی دست یابند و محیطی را فراهم آورند تا همکاران دوست و دوستان همکارشان نیز از این شادی و رضایت بطن برخوردار شوند (کاتلمی، ۱۳۸۳).

تغییر در ماهیت کار منجر به تغییر در ماهیت سازمانها شده است. سازمانها به آرامی از محیط کوچک فعالیت اقتصادی و اجتماعی محض، به مکشهایی برای بلندی معنوی تبدیل می شوند. سازمانهایی که برای کارکنان خود فرصتهایی برای پرورش معنوی فراهم می کنند، موفق تر از آنها هستند که چنین فرصتهایی را به وجود نمی آورند.

معنویت به طور مثبت بر عملکرد سازمانی تأثیر می گذارد. افزایش خلاقیت، رضایت، عملکرد تیم و تعهد سازمانی، در سازمانهایی که تلاش می کنند بلندی معنوی اعضای خود را ارتقا بخشند، گزارش شده است. افراد انتظار دارند سازمانهای طراحی و ایجاد شوند که جستجوی آنها برای معنا یا کمال را تسهیل سازند.